

证券代码： 301507

证券简称： 民生健康

杭州民生健康药业股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号： 2025-007

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	建信养老徐瑞 东吴证券 邓洁
时间	2025年6月20日（周五）上午 10:00-11:00
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 陈稳竹 证券事务代表 鲍蔚霞 证券事务助理 潘亦乐
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司介绍环节</p> <p>由证券事务代表通过公司发展历史、业务结构、主要产品、民生医药控股集团的业务板块等方面介绍了公司的基础情况。</p> <p>随后，董事会秘书对公司的维生素矿物质、益生菌以及治疗型用药板块的最新经营状况进行了补充说明。</p> <p>二、调研问答环节</p> <p>1、问：公司医美业务首先会在哪些区域进行推广？</p> <p>答：公司的医美业务将率先在选定的重点药店启动样板店的建设，而其他药店则会以柜台铺货形式向消费者提供服务。推广区域将涵盖全国。</p> <p>2、问：药店渠道势能受损，公司产品系列和药房绑定高，如何看待这个问题？</p> <p>答：根据第三方市场数据，去年线下渠道的维生素矿物质产</p>

品整体销售出现下降。由于公司线下药店销售的产品 21 金维他[®]多维元素片（21）属于非处方药（OTC），所受影响相对有限。面对药店渠道的势能受损以及潜在挑战，公司计划采取以下策略积极应对：①终端下沉。公司计划通过渠道下沉拓展终端网络，覆盖更多的药店提升销量。②加速布局新品。针对维矿市场，公司将不断推出新产品，实现全品类布局，致力于成为维生素矿物质领域的龙头企业。

3、问：公司益生菌业务的销售团队和研发团队是如何分布的？益生菌业务布局以及目标结构如何？

答：公司益生菌业务通过控股子公司中科嘉亿（浙江）及其全资子公司中科嘉亿（山东）开展。团队分为两部分，一部分在山东，主要承担原料销售及面向企业的 To B 业务；另一部分在杭州，主要专注于制剂销售、面向消费者的 To C 业务，以及研发工作。在产品结构方面，目前以菌粉产品和 OEM 为主。公司期望除了维持菌粉产品的快速增长外，To C 业务也能实现销量的提升，从而使得整体增量实现快速增长。

4、问：公司的菌株与市面上竞品比起来，是否有自己的独特特点？

答：公司自有“炎黄菌株库”目前已经有 6500 多株菌株入库，其中专利菌株将近 50 株。公司除了常规的发酵菌，主要是推广功能菌株。目前许多菌株的作用机理难以精确描述，更多的是通过其在真实世界展现的使用效果、以及临床数据来证实其功能。公司针对专利功能菌株，会通过动物实验、体外实验和临床实验，充分证明其确切的效果。目前我们已经对部分菌株进行了系统研究，已有多篇研究文献在各类期刊发表。

5、问：公司的线上维生素矿物质保健品及 To C 益生菌业务是否由两个独立的销售团队负责运营？

答：是的，公司针对不同的业务领域设立了专门的团队进行运营。

6、问：治疗型 OTC 和医美行业均属于竞争激烈的领域，公司对于涉足这两项业务持有何种信心？认为其可行性如何？

	<p>答：医美业务的开展并非公司轻率决定，而是基于渠道需求的积极响应。药店渠道正面临转型，期待通过引入新品类来引流客户。公司目前推出的肌素然医美产品均属于二类医疗器械类护肤产品，与日常使用的普通日化产品有本质的区别，产品线涵盖了医用修复膜、医用修复液、医用疤痕凝胶等，满足市场的差异化需求。主推产品医用皮肤修复膜特别添加了酵母菌多肽，批文相对稀缺。治疗型 OTC 业务是公司重点发展的领域，目前该行业和产品具有较高的进入壁垒，与公司现有渠道具有协同性。</p> <p>7、问：公司是否更注重年轻人消费，对老年人消费的布局没有非常重视？</p> <p>答：品牌年轻化是未来的趋势，公司致力于使品牌焕发青春活力，但这并不意味着仅将目标消费者定位为年轻人。公司始终致力于满足老年消费者的需求，老年消费者是当前市场上最大的消费群体，是不可忽视的市场力量。公司现有维矿类产品均有针对老年人群的专用产品，正在研发中的一些产品也与老年人需求紧密相关，例如针对关节治疗的产品和抗衰老的产品，公司的益生菌系列也特别考虑到了老年人的特定健康状况，拟推出专为中老年群体设计的产品——普瑞寿宝（暂定名），旨在服务日益增长的老齡化人群。</p> <p>8、问：公司的收入为何比较集中在一季度？</p> <p>答：这与公司的销售模式相关。每到年末，公司都会进行库存和应收账款的清理工作，因此通常会在第一季度增加发货量，以补充下游库存并满足春节期间的销售需求。</p> <p>9、问：公司是否会推出除维矿类和益生菌外的其他原材料成分或功能的产品？比如护肝、抗衰等方向</p> <p>答：公司在关节治疗、抗衰、改善睡眠等领域均有相应的研发储备，但这些产品推出上市仍需经过周密的策划和市场规划。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2025-06-20